

**PENGARUH E-WOM DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI
PADA PRODUK LAPTOP ACER
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

ALI SUHARTONO

2013210539

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2018**

**PENGARUH E-WOM DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI
PADA PRODUK LAPTOP ACER
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

ALI SUHARTONO

2013210539

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 15-2-2018


Dr. Tjahjani Prawitowati, M.M., Psikolog

S K R I P S I

PENGARUH E-WOM DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI PADA PRODUK LAPTOP ACER DI SURABAYA

Diajukan oleh :

ALI SUHARTONO

2013210539

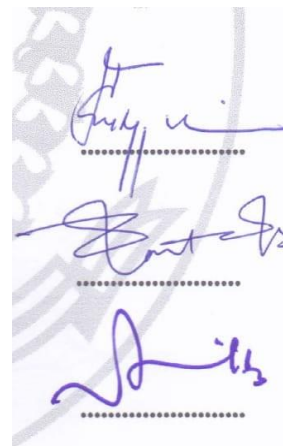
Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 26 Februari 2018

Tim Penguji

Ketua : Prof. Dr. Tatik Suryani, M.M., Psikolog

Sekretaris : Dr. Tjahjani Prawitowati, M.M., Psikolog

Anggota : Dra. Ec. Aniek Maschuda Ilfitriah. M. Si



PENGESAHAN SKRIPSI

N a m a : Ali Suhartono
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 11 November 1994
N.I.M : 2013210539
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
J u d u l : Pengaruh *E-WOM* dan Citra Merek Terhadap
Niat Beli pada Produk Laptop Acer di
Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing,

Tanggal :

Tanggal : 12-4-2018.



Dr. Muazaroh, S.E., M.T.



Dr. Tjahjani Prawitowati, M.M., Psikolog

Motto

“Never Give Up, Lakon Menang Mburi”

Skripsi ini aku persembahkan untuk :

ALLAH SWT

Segala puji bagi ALLAH SWT atas karunianya yang tiada batas sehingga telah memberikan jalan serta atas izin nya untuk bisa menempuh pendidikan sampai saat ini dan senantiasa memberikan rahmat & lindungannya, atas izinnya juga hingga terselesaikan skripsi ini dengan baik

Kedua Orang Tua ku

yang telah melahirkanku, merawat dan mendidik dengan sabar memberikan kasih sayang yang tanpa batas, memberikan semangat spiritual serta dorongan untuk dapat menjadi anak yang berbakti kepada orang tua insya Allah apa yang kalian lakukan saat ini sudah lebih dari cukup

Dosen Pembimbing

Untuk ibu Tjahjani terimakasih atas segala waktu dan juga ilmu yang diberikan yang senantiasa mengajari kami dengan kesabaran, ikhlas dan tulus dalam memberikan ilmunya...semoga kami bisa menjadi seperti sosok beliau dengan ilmu yang bermanfaat dan kerendahan hati yang dimiliki..

Tim Dosen Perbanas

Untuk para penguji pak Basuki Rachmat, bu Tatik Suryani, pak Yudi serta bu Aniek Maschudah terimakasih atas saran dan masukan untuk perbaikan skripsi ini.

Terimakasih bu Muazaroh selaku dosen wali saya yang tetap memberikan saran dan juga bimbingan untuk perkuliahan hingga saat ini.



KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur dipanjatkan untuk kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, sehingga atas Rahmat dan Karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat penyelesaian Program Pendidikan Strata Satu Jurusan Manajemen Stie Perbanas Surabaya, dengan judul “Pengaruh E-WOM dan Citra Merek terhadap Niat Beli pada produk Laptop Acer di Surabaya”.

Dalam penyusunan skripsi ini begitu banyak pihak yang telah membantu dan membimbing, maka pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Lutfi, SE., M.Fin. selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
2. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
3. Ibu Dr. Tjahjani Prawitowati, M.M., Psikolog. selaku dosen pembimbing dalam pembuatan skripsi yang telah banyak memberi ilmu dan meluangkan waktu selama pengerjaan skripsi
4. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu selama proses pembelajaran dan memberikan berbagai saran
5. Seluruh Staf Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
6. Seluruh Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya

7. Seluruh Rekan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan serta saran dalam skripsi ini.
- Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.

Surabaya, 01 April 2018

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DI UJI SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.1.1 Irwan Shahrinaz <i>et al</i> (2016)	8
2.1.2 Anees Kazmi and Qazi Shujaat Mehmood (2016)	10
2.1.3 Maryam Tariq, Tanveer Abbas, Muhammad Abrar, Asif Iqbal (2017)	11
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 E-WOM	15
2.2.2 Citra Merek	16
2.2.3 Niat Beli	17
2.2.4 Pengaruh E-WOM terhadap Niat Beli	19
2.2.5 Pengaruh E-WOM terhadap Citra Merek	20
2.2.6 Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli	20
2.2.7 Pengaruh E-WOM terhadap Niat Beli melalui Citra Merek	20
2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.4 Hipotesis Penelitian	22
 BAB III METODE PENELITIAN	 23
3.1 Rancangan Penelitian	23
3.2 Batasan Penelitian	23
3.3 Identifikasi Variabel	24

3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	24
3.4.1 Definisi Operasional Variabel Eksogen	24
3.4.2 Definisi Operasional Variabel Mediasi.....	26
3.4.3 Definisi Operasional Variabel Endogen.....	27
3.4.4 Pengukuran Variabel	27
3.5 Instrumen Penelitian.....	28
3.6 Populasi,Sampel dan Teknik Pengambilan sampel.....	30
3.6.1 Populasi	30
3.6.2 Sampel..	30
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	31
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	32
3.8.1 Uji Validitas.....	32
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	33
3.9 Teknik Analisis Data.....	34
3.9.1 Analisis Deskriptif.....	34
3.9.2 Uji Hipotesis.....	34
3.9.3 Analisis SEM-PLS.....	35
BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS	
DATA.....	39
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	39
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
4.2 Analisis Data.....	43
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	43
4.2.2 Uji Validitas dan Reabilitas.....	48
4.2.3 Model Pengukuran atau Outer Model	49
4.2.4 Model Struktural atau Inner Model	51
4.2.5 Pengujian Hipotesis	53
4.3 Pembahasan	54
4.3.1 Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap Niat Beli pada produk Laptop Acer di Surabaya	54
4.3.2 Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap Citra Merek pada produk Laptop Acer di Surabaya	55
4.3.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli pada produk Laptop Acer di Surabaya	57
4.3.4 Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap Niat Beli melalui Citra Merek pada produk Laptop Acer di Surabaya	58

BAB V PENUTUP.....	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	60
5.3 Saran	60

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN

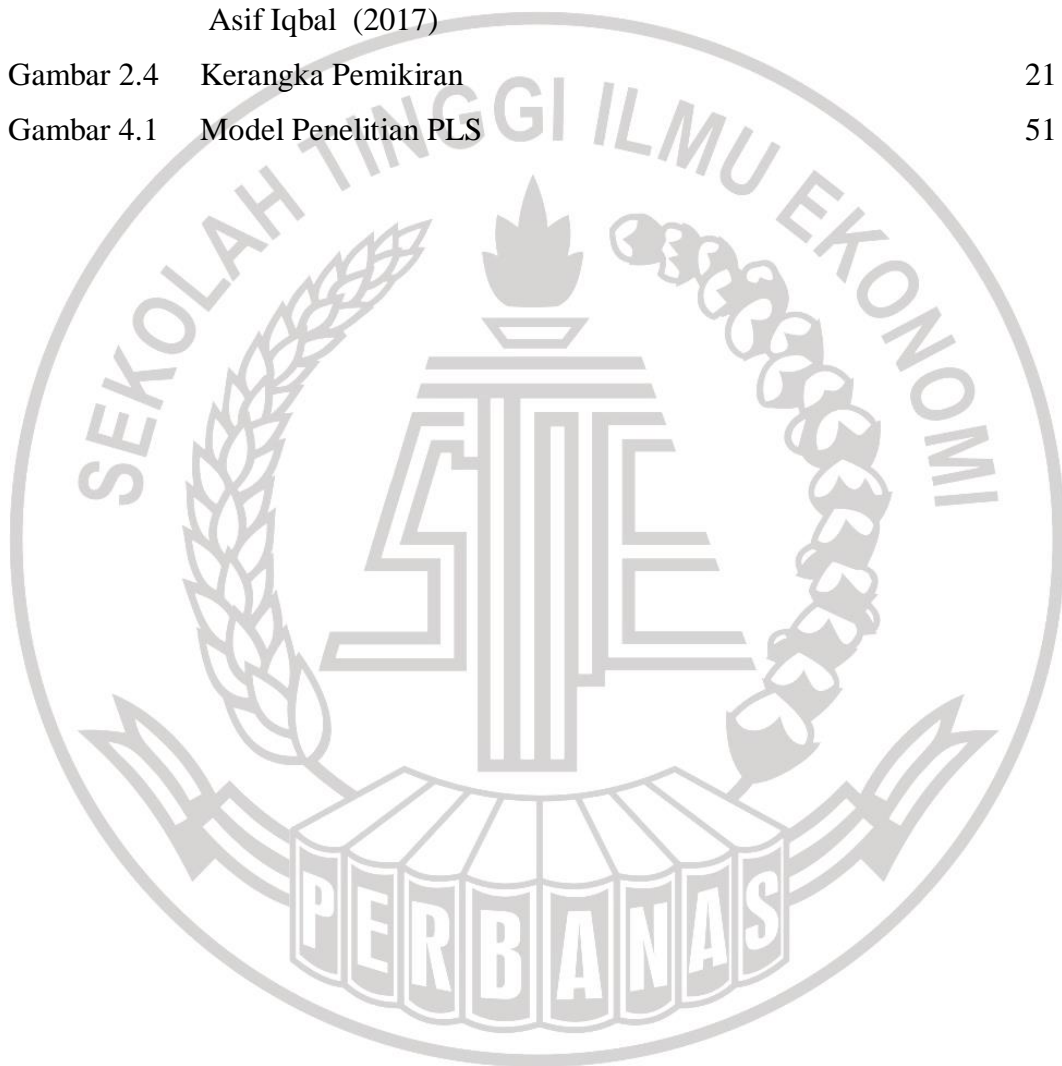


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perusahaan Peraih Top Brand produk Notebook/Laptop di Indonesia Tahun 2013-2017	2
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Saat ini dan Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Skala Interval	28
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Kuisioner	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.5 Skala Interval	44
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>E-WOM</i>	44
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	46
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Beli	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil SPSS	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Sampel Kecil SPS	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (Outer Model) Sampel Besar SEM-PLS	50
Tabel 4.12 Nilai R-SQUARE	52
Tabel 4.13 Tabel Antar Konstruk	53

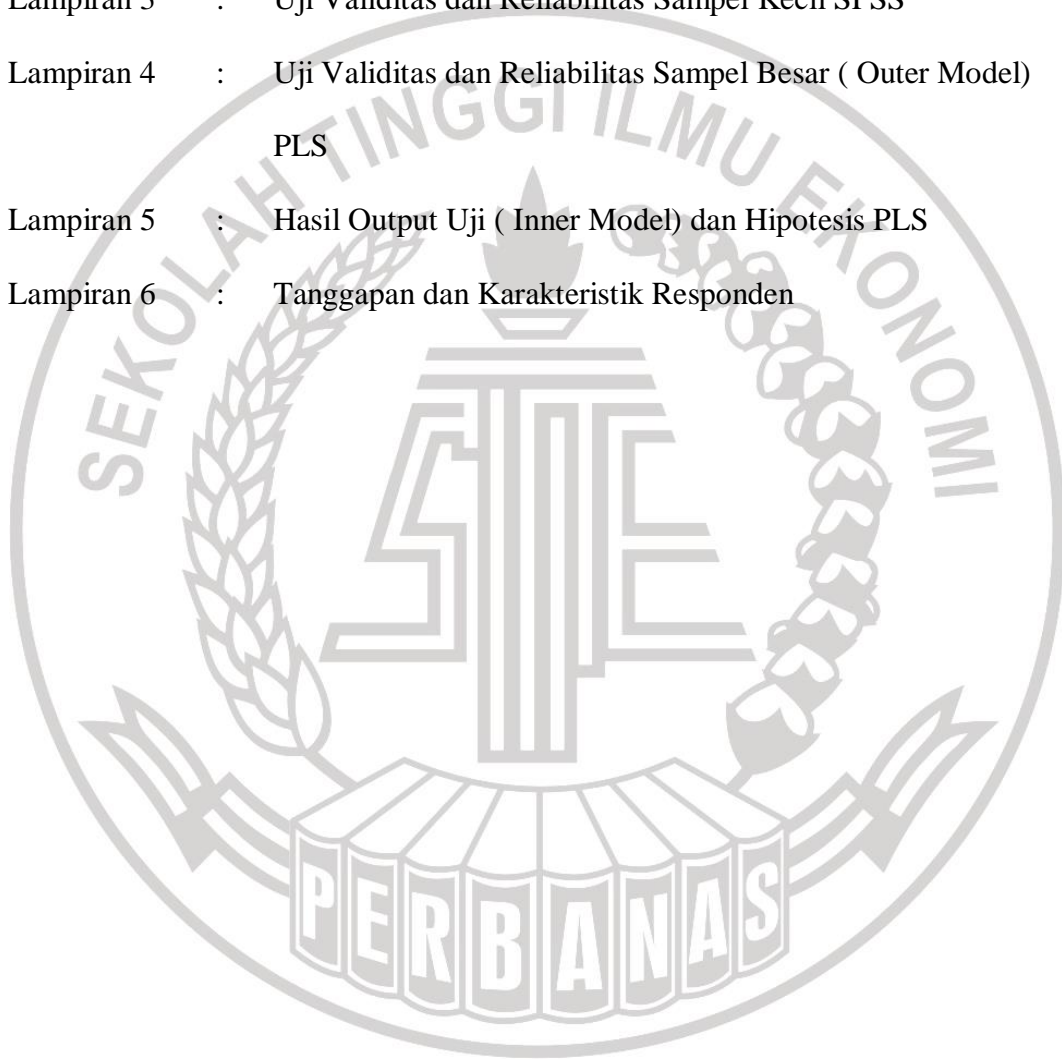
DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.1	Irwan Shahrinaz <i>et al</i> (2016)	9
Gambar 2.2	Anees Kazmi and Qazi Shujaat Mehmood (2016)	10
Gambar 2.3	Maryam Tariq, Tanveer Abbas, Muhammad Abrar, Asif Iqbal (2017)	12
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1	Model Penelitian PLS	51



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Sampel Kecil dan Sampel Besar
- Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil SPSS
- Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar (Outer Model)
PLS
- Lampiran 5 : Hasil Output Uji (Inner Model) dan Hipotesis PLS
- Lampiran 6 : Tanggapan dan Karakteristik Responden



**THE INFLUENCE OF E-WOM AND BRAND IMAGE OF PURCHASE
INTENTION ON ACER LAPTOP PRODUCTS
IN SURABAYA**

Ali Suhartono

STIE Perbanas Surabaya

Email: alisuhartono94@gmail.com

Jl. Krembangan Baru Gang 5 no. 10 A Surabaya

ABSTRACT

Purchase intention is a decision to act or a psychological act that indicates an individual's behavior to buy a product. Consumer purchasing decisions are always looking for information about any company or service. Purchase intention can be stimulated by the knowledge of a brand. Consumers today are more educated in terms of information retrieval, many of which refer to online searches. This study aims to analyze the effect of e-wom, brand image and purchase intention to purchase intention on Acer Laptop products in Surabaya. The method used in this research is quantitative method and will primary data by distributing questionnaires as much as 100 questionnaires to consumers in Surabaya. The sampling used in this research is SEM-PLS. The result of research indicate that e-wom significantly influence to buy on Acer Laptop product in Surabaya, e-wom influence significantly to brand image on Acer Laptop product in Surabaya, brand significantly to purchase intention on Acer product in Surabaya, and e-wom influence significantly to purchase intention through brand image on Laptop Acer product in Surabaya.

Keywords: *E-WOM, Brand Image, Purchase Intention*